

**PERANCANGAN GRAFIS “HIRUKPIKUK JOGJA”
DENGAN ELEMEN KRATON YOGYAKARTA
SEBAGAI INSPIRASI**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PERANCANGAN GRAFIS “HIRUKPIKUK JOGJA”
DENGAN ELEMEN KRATON YOGYAKARTA
SEBAGAI INSPIRASI**



**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN
FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
2015**

**PERANCANGAN GRAFIS “HIRUKPIKUK JOGJA”
DENGAN ELEMEN KERATON YOGYAKARTA
SEBAGAI INSPIRASI**



Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana S-1 dalam bidang
Desain Komunikasi Visual
2015

Tugas Akhir Karya Desain Berjudul :

PERANCANGAN GRAFIS “HIRUKPIKUK JOGJA DENGAN ELEMEN KERATON YOGYAKARTA SEBAGAI INSPIRASI, diajukan oleh Dean Sainsia Zain Royyan, NIM 121 0002 224, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah disetujui Tim Pembina Tugas Akhir pada tanggal 3 Juli 2015 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/ Anggota

Drs. M. Umar Hadi, MS.
NIP.19580824 198503 001

Pembimbing II/ Anggota

P. Gogor Bangsa, Ssn., M.Sn.
NIP.19700106 200801 1017

Cognate/ Anggota

Drs. Wibowo, M.Sn.
NIP.19570318 198703 1 002

Ketua Program Studi D.K.V./ Anggota

Drs. Hartono Karnadi, M.Sn.
NIP. 19650209 199512 1 001

Mengetahui
Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Ketua Jurusan Desain/ Ketua

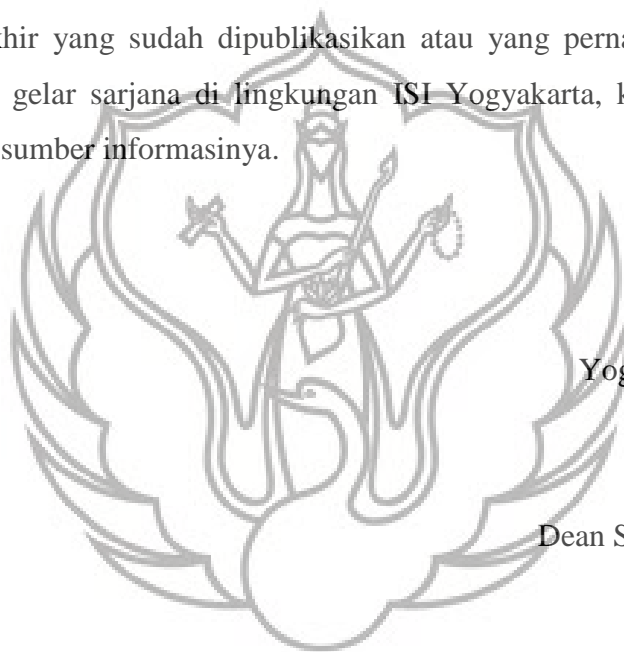
Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002

Drs.Baskoro Suryo B, M. Sn
NIP.19650522 199203 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya menyatakan bahwa tugas akhir yang berjudul : PERANCANGAN GRAFIS
“HIRUKPIKUK JOGJA DENGAN ELEMEN KERATON YOGYAKARTA
SEBAGAI INSPIRASI

Yang telah dibuat untuk melengkapi persyaratan menjadi Sarjana Seni Program
Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia
Yogyakarta sejauh ini yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi
dari tugas akhir yang sudah dipublikasikan atau yang pernah digunakan untuk
mendapatkan gelar sarjana di lingkungan ISI Yogyakarta, kecuali bagian yang
dicantumkan sumber informasinya.



Yogyakarta, 3 Juli 2015

Dean Sainsia Zain Royyan

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT, karya ini saya persembahkan untuk Bapak Ibu yang telah membesarkan dengan penuh kasih sayang dan mendidik serta membekali diri saya sampai saat ini, segenap semangat dari keluarga dan teman-teman dekat, sepesial untuk masalalu yang sudah memotivasi untuk jadi lebih baik, tak lupa keluarga besar PT. Aseli Dagadu Djokdja yang sudah memberikan banyak pengalaman selama satu setengah tahun.

Tugas akhir ini dikerjakan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Seni di jurusan Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia. Proses penyusunan hingga terselesaikannya perancangan tugas akhir ini, tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, saya juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan berkah-Nya.
2. Rektor Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Bapak Dr. M. Agus Burhan, M.Hum.
3. Dekan Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta, Ibu Dr. Suastiwi, M.Des.
4. Ketua Jurusan Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, Bapak Drs. Baskoro Suryo Banindro, M.Sn.
5. Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta, Bapak Drs. Hartono Karnadi, M. Sn.
6. Pembimbing I, Drs. M. Umar Hadi, MS atas waktu, perhatian serta banyak memberikan solusi dan masukan.
7. Pembimbing II, P. Gogor Bangsa, Ssn,. M.Sn. atas dukungannya.
8. Mas Anggun selaku desainer *brand* Hirukpikuk Jogja.
9. Mas Fuad selaku marketing *brand* Hirukpikuk Jogja.
10. Mas Bima Surya selaku penasehat desain.
11. Mas Konde selaku teman sekaligus sahabat curhat yang sudah memberikan saran dan semangat.

12. Dek Tami yang sudah membantu dalam pelaksanaan pameran Tugas Akhir.
13. Radio Geronimo FM yang setia menemani dikala lembur mengerjakan Tugas Akhir.
14. Keluarga Besar PT. ADD, terimakasih atas dukungan dan doanya.

Saya menyadari bahwa semuanya masih jauh dari sempurna, untuk itu saya mengharapkan kritik dan saran bagi para pembaca karya tulis ini. Semoga perancangan grafis ini mampu menambah nilai-nilai dalam merancang sebuah desain visual kaos yang bertemakan ikon kota Yogyakarta.



Yogyakarta, 3 Juli 2015

Dean Sainsia Zain Royyan

PERANCANGAN GRAFIS “HIRUKPIKUK JOGJA” DENGAN ELEMEN KERATON YOGYAKARTA SEBAGAI SUMBER INSPIRASI

Oleh: Dean Sainsia Zain

ABSTRAK

Masih banyak khalayak umum yang belum mengetahui kekayaan yang dimiliki oleh Keraton Yogyakarta. Pengetahuan akan nilai-nilai budaya dan filosofi pada setiap elemen yang ada di Keraton Yogyakarta sebenarnya banyak yang bisa dipelajari untuk diaplikasikan di kehidupan nyata.

Fungsi dari perancangan grafis ini adalah untuk memberikan gambaran tentang kekayaan serta keunikan Keraton Yogyakarta lewat cinderamata, dimana dalam setiap perancangan grafis yang diaplikasikan di media kreatif berupa cinderamata yang tak hanya bermanfaat untuk perusahaan tetapi juga bermanfaat untuk industri pariwisata khususnya kota Yogyakarta. Perancang juga berharap bisa memberikan kontribusi dalam misi pelestarian budaya lokal.

Studi mengenai dasar teori yang terkait dalam perancangan ini meliputi teori tentang perancangan grafis, teori tentang tipografi, dan teori tentang filosofi Keraton Yogyakarta yang diperoleh dari studi pustaka. Data mengenai target *audience* diperoleh dari visi misi “Hirukpikuk Jogja” kemudian data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik *SWOT* dengan menganalisa permasalahan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (ancaman).

Perancangan grafis Hirukpikuk Jogja ini tidak hanya sekedar untuk mencari keuntungan dari penjualan cinderamata saja, melainkan juga untuk membantu melestarikan keraifan lokal yang sudah ada sejak dulu agar nilai-nilai luhur yang ada tidak tergeser oleh perkembangan zaman yang nantinya dapat merusak moral bangsa.

Kata kunci : *Jogja, Keraton Yogyakarta, Wisata, Cinderamata Jogja*

ABSTRACT

There are still a lot of the general public who do not know the wealth owned by the Sultan Palace. Knowledge of cultural values and philosophies on each element in Yogyakarta Palace is actually a lot that can be learned to be applied to real life.

Functions of graphic design is to provide an overview of the richness and uniqueness of the Sultan Palace through souvenirs, which in any graphic design that is applied in the form of souvenirs creative media that is not only beneficial for the company but also beneficial for the tourism industry, especially the city of Yogyakarta. The designer also hopes to contribute to the preservation of local cultural mission.

The study of the basic theory involved in the design include theories about graphic design, theory of typography, and theories about the philosophy Keraton obtained from the literature. Data obtained regarding the target audience of the vision and mission "Hirukpikuk Jogja" then the data were analyzed using the SWOT technique with analyzed problems of S (Strength), W (Weakness), O (Opportunities), T (Threats)

Graphic design of Hirukpikuk Jogja is not just to make a profit from the sale of souvenirs, but also to help preserve local wisdom which has been used since the noble values so that there are not displaced by the times that eventually can damage the morale of the nation.

Keywords: *Yogyakarta, Keraton Yogyakarta, Tourism, Souvenirs of Jogja*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Halaman Pengantar	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Perancangan	6
D. Batasan Masalah.....	7
E. Manfaat Perancangan.....	7
F. Metode Perancangan	8
G. Metode Analisis Data.....	9
H. Konsep Perancangan	10
I. Skema Perancangan.....	11

BAB II. IDENTIFIKASI DAN ANALISA

A. Identifikasi Dan Analisis Data	12
1. Tentang “Hirukpikuk Jogja”	12
a. Sejarah “Hirukpikuk”	12
b. Skema Bisnis.....	13
c. Logo “Hirukpikuk”	14
d. Portofolio	14
e. Produk Hirukpikuk.....	15
f. Hirukpikuk Jogja.....	15

2. Tentang Keraton Yogyakarta	20
a. Sejarah Keraton Yogyakarta	21
b. Tata Ruang	23
3. Tentang Tipografi.....	41
a. Pengertian Tipografi.....	44
b. Sejarah Tipografi.....	46
c. Anatomi Tipografi.....	47
d. Prinsip Dasar Perancangan Tipografi.....	48
e. Sintaksis Tipografi	48
f. Persepsi Visual.....	49
g. Eksplorasi Tipografi.....	51
4. Analisis Data	56

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Komunikasi	59
1. Tujuan Komunikasi	59
2. Startegi Komunikasi	59
3. Target Audience	63
B. Konsep Kreatif	63
1. Startegi Kreatif.....	63
2. Konsep Kreatif.....	65
3. Konsep Karya	88
4. Konsep Media.....	93
5. Biaya Kreatif	95
6. Teknik Pelaksanaan	96

BAB IV VISUALISASI

A. Data Visual.....	98
B. Pengembangan Bentuk Visual	110
C. Studi Warna.....	122
D. Aplikasi Media.....	126

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	133
B. Saran	134

DAFTAR PUSTAKA	135
-----------------------------	------------

DAFTAR NARASUMBER	137
--------------------------------	------------

LAMPIRAN.....	138
----------------------	------------

A. Poster Pameran.....	138
B. <i>Display</i> Pameran	139
C. Sidang Tugas Akhir	139



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Logo Hirukpikuk	14
Gambar 2	: Oblong Hirukpikuk Jogja Suasana Jogja	16
Gambar 3	: Oblong Hirukpikuk Jogja Elemen Jogja	16
Gambar 4	: Oblong Hirukpikuk Jogja Lampu Jogja	17
Gambar 5	: Oblong Hirukpikuk Jogja <i>Typo Red</i>	19
Gambar 6	: Oblong Hirukpikuk Jogja Hadiningrat <i>Brown</i>	19
Gambar 7	: Oblong Hirukpikuk Jogja <i>Pop Art</i>	20
Gambar 8	: Sultan Hamengkubuwana I	22
Gambar 9	: Sultan Hamengkubuwana VIII	23
Gambar 10	: Denah Keraton Yogyakarta	24
Gambar 11	: Pagelaran Keraton Yogyakarta	25
Gambar 12	: Bangsal Pemandangan	26
Gambar 13	: Bangsal Pengapit	26
Gambar 14	: Bangsal Pacikoran	27
Gambar 15	: Tarub Agung	28
Gambar 16	: Bangsal Kori	28
Gambar 17	: Bangsal Siti Hinggil	29
Gambar 18	: Bangsal Manguntur Tangkir	30
Gambar 19	: Bangsal Witana	30
Gambar 20	: Regol Brojonolo	31
Gambar 21	: Bangsal Ponconiti	32
Gambar 22	: Bangsal Srimanganti	33
Gambar 23	: Regol Danapratapa	34
Gambar 24	: Gedhong Purwaretna	35
Gambar 25	: Bangsal Kencana	36
Gambar 26	: Bangsal Kemagangan	37
Gambar 27	: Bangsal Kemandungan	37
Gambar 28	: Siti Hinggil Kidul	38
Gambar 29	: Ornamen pada Regol Kemagangan	39

Gambar 30	: Atap Limasan pada Bangsal Manguntur Tangkil	40
Gambar 31	: Ompak Berwarna Hitam Ornamen Bangsal Srimanganti.....	41
Gambar 32	: Macam-macam typeface	52
Gambar 33	: Alam sebagai isi dari huruf.....	53
Gambar 34	: Langit dan bangunan membentuk shape huruf	53
Gambar 35	: Objek benda-benda yang dibentuk menjadi huruf.....	53
Gambar 36	: Tempat atau alam yang berbentuk huruf	54
Gambar 37	: Kolaborasi tipografi dengan elemen visual	55
Gambar 38	: Kolaborasi tipografi dengan elemen visual	55
Gambar 39	: Tugu Golong Gilig –Tugu Pal Putih.....	67
Gambar 40	: Tugu Jogja saat malam hari	67
Gambar 41	: Bangsal Mandalasana	68
Gambar 42	: Bale Mangu.....	69
Gambar 43	: Pilar Putri Mirong	71
Gambar 44	: Bangsal Kencana	72
Gambar 45	: Benteng Vredeburg.....	73
Gambar 46	: Gerbang Depan Pura Pakualaman	73
Gambar 47	: Panggung Krapyak.....	75
Gambar 48	: Pucuk langit-langit masjid Gedhe.....	75
Gambar 49	: Regalia	77
Gambar 50	: Ampilan	78
Gambar 51	: Wayang	79
Gambar 52	: Keris Keris Toyatinaban	80
Gambar 53	: Keris Kanjeng Kyai Purboniat.....	80
Gambar 54	: Keris Kanjeng Kyai Joko Piturun	81
Gambar 55	: Keris Kanjeng Kyai Ageng Kopek	81
Gambar 56	: Garebeg Maulud	82
Gambar 57	: Gunung Merapi.....	83
Gambar 58	: Tugu Jogja saat malam hari	84
Gambar 59	: Gerbang Depan Keraton	85
Gambar 60	: Panggung Krapyak.....	86

Gambar 61	: Pantai Parangkusumo.....	87
Gambar 62	: Kotang Antakusumo	98
Gambar 63	: Tameng	99
Gambar 64	: Hardawalika (Naga Kencana).....	99
Gambar 65	: Kanjeng Kyai Ageng Kopek.....	100
Gambar 66	: Kacumas (Kotak Saputangan Emas)	100
Gambar 67	: Bangsal Kencana	101
Gambar 68	: Bale Mangu.....	101
Gambar 69	: Karakter Prajurit (Bregada) Wirabraja	102
Gambar 70	: Gerbang Depan Keraton	103
Gambar 71	: Langit-langit serambi masjid Gedhe.....	103
Gambar 72	: Pucuk masjid Gedhe	104
Gambar 73	: Benteng Vredeburg	104
Gambar 74	: Pilar Putri Mirong	105
Gambar 75	: Gerbang depan Pura Pakualaman	105
Gambar 76	: Logo Yahoo	106
Gambar 77	: Gunung Merapi.....	106
Gambar 78	: Tugu Jogja saat malam hari	107
Gambar 79	: Gerbang depan Keraton Yogyakarta	107
Gambar 80	: Panggung Krapyak.....	108
Gambar 81	: Pantai Parangkusumo.....	108
Gambar 82	: Pilar Putri Mirong	109
Gambar 83	: Garebeg Maulud	109
Gambar 84	: Kutang Antakusuma (J)	110
Gambar 85	: Tameng (O).....	110
Gambar 86	: Hardawalika (G)	111
Gambar 87	: Keris Kanjeng Kyai Ageng Kopek (J).....	111
Gambar 88	: Kacumas (A).....	112
Gambar 89	: Bangsal Kencana (Y)	113
Gambar 90	: Bangsal Mandalasana (O).....	113
Gambar 91	: Sembilan Lubang Manusia (G).....	114

Gambar 92 : Bale Mangu (Y)	115
Gambar 93 : Gerbang Depan Keraton (A)	115
Gambar 94 : Serambi Masjid Gedhe (K).....	116
Gambar 95 : Mustaka Kagungan Dalem (A).....	116
Gambar 96 : Benteng Verdeburg (R)	117
Gambar 97 : Pilar Putri Mirong (T).....	117
Gambar 98 : Pura Pakualaman (A).....	118
Gambar 99 : Imaginary Line (Yogyakarta)	118
Gambar 100 : Tipografi Lotus (J).....	119
Gambar 101 : Tipografi Lotus (O).....	119
Gambar 102 : Tipografi Lotus (G).....	120
Gambar 103 : Tipografi Lotus (J).....	120
Gambar 104: Tipografi Lotus (A).....	121
Gambar 105: Jogja Gunungan.....	121
Gambar 106 : <i>Finishing</i> Tipografi JOGJA Pusaka (Gold).....	122
Gambar 107 : <i>Finishing</i> Tipografi JOGJA Lotus (Gold)	122
Gambar 108 : <i>Finishing</i> Tipografi JOGJA Lotus (Brown)	122
Gambar 109 : <i>Finishing</i> Typo Yogyakarta.....	123
Gambar 110 : <i>Finishing</i> Imaginary Line Yogyakarta.....	124
Gambar 111 : <i>Finishing</i> Jogja Gunungan	125
Gambar 112 : T-shirt Jogja Pusaka Coco Brown.....	126
Gambar 113 : T-shirt Jogja Pusaka Chili Red.....	126
Gambar 114 : T-shirt Jogja Lotus Black Forest	127
Gambar 115 : T-shirt Jogja Lotus Yellow Banana.....	127
Gambar 116 : T-shirt Imaginary Line Blackpaper	128
Gambar 117 : T-shirt Imaginary Line White Soda	128
Gambar 118 : T-shirt Typo Yogyakarta Silver Queen.....	129
Gambar 119 : T-shirt Jogja Vegan	129
Gambar 120 : Tote Bag Jogja Pusaka	130
Gambar 121 : Tote Bag Typo Yogyakarta	130
Gambar 122 : <i>Leaflet</i> Hirukpikuk Jogja	131

Gambar 123 : <i>Sticker</i> Jogja Lotus	132
---	-----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Yogyakarta, saat Indonesia diproklamasikan sebagai suatu negara merdeka oleh Soekarno Hatta, sebenarnya Kerajaan Yogyakarta dan begitu juga kerajaan-kerajaan lain di wilayah bekas jajahan Belanda bisa saja melepaskan diri dari NKRI. Namun ternyata Sri Sultan Hamengku Buwono IX dan Paku Alam VIII memberikan dukungan terhadap NKRI dan dalam amanat yang ditandatangani Sri Sultan bersama Paku Alam menyatakan *“Bahwa Negeri Ngayogyakarta Hadiningrat jang bersifat keradjaan adalah daerah istimewa dari Negara Republik Indonesia.”*

Karena banyaknya keistimewaan yang dimiliki oleh Yogyakarta, tak ayal hal ini menjadi daya tarik dan mengundang banyak wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta. Keraton Yogyakarta beserta kompleks Keraton adalah salah satu tempat menarik yang populer untuk wisatawan. Benteng Keraton yang kokoh dengan temboknya yang tebal adalah pelindung Keraton Yogyakarta yang tangguh. Pojok Betengnya menjadi *landmark* kota Yogyakarta adalah tempat pengintaian yang strategis dimasanya.

Keistimewaan Yogyakarta juga tak lepas dari unsur budaya yang melekat dari jaman nenek moyang hingga saat ini. Budaya kota Yogyakarta erat hubungannya dengan adanya persepsi masyarakat kota Yogyakarta tentang garis imajiner yang membentang dari gunung Merapi hingga ke pantai selatan. Filosofi garis lurus imajiner dari Merapi hingga laut selatan inilah yang sarat dengan kearifan lokal. *Local wisdom* atau kearifan lokal merupakan suatu tindakan bagaimana bertindak dan menjalankan segala aktivitas sebagai wujud dari kebudayaan yang telah tertanam sejak dahulu. Dilihat dari satelit ternyata Pantai Parang Kusumo, Kraton Yogyakarta, Tugu, dan Gunung Merapi berada dalam satu garis lurus. Filosofinya bahwa tugu merupakan simbol *“Manunggaling Kawula Gusti”* yang berarti bersatunya

antara rakyat dengan penguasa. Merapi dan Pantai Selatan merupakan titik api dan air.

Keraton yang dibangun diantara Merapi dan Pantai Selatan merupakan titik keseimbangan antara keduanya. Kraton merupakan titik keseimbangan vertikal dan horizontal. Keseimbangan horizontal dilambangkan oleh laut selatan yang menggambarkan hubungan antara manusia dan manusia. Sedangkan keseimbangan vertikal dilambangkan oleh gunung merapi yang menggambarkan hubungan manusia dengan sang pencipta.

Kebudayaan daerah yang kita miliki sebagai kekayaan budaya bangsa Indonesia perlahan mulai luntur oleh perkembangan zaman. Hampir semua masyarakat dalam seluruh lapisan semakin lama semakin lupa akan keberadaan kebudayaan daerah. Hal itu disebabkan oleh pengaruh budaya asing yang notabene datang dari Negara Barat seperti Amerika yang jauh dari budaya-budaya Negara timur seperti kita, Indonesia.

Budaya barat yang dianggap modern oleh kalangan muda-mudi Indonesia telah melumpuhkan jiwa patriotisme dan nasionalisme bangsa Indonesia. Sebagai contoh yang sederhana, remaja Indonesia saat ini lebih suka makan makanan seperti pizza, donut, burger dan memakai *brand-brand* dari luar negeri dari pada *brand* lokal dalam negeri. Mereka menganggap makanan daerah seperti *thiwul*, *gaplek*, *gatot* ataupun *gethuk* sebagai makanan yang sudah tak lagi lezat untuk dinikmati, makanan itu adalah makanan yang biasanya dimakan oleh orang-orang zaman dulu. Berbeda dengan saat ini banyak pilihan makanan, mulai dari Burger, Pizze, Kebab dan lain lain.

Keadaan seperti itulah Keraton Yogyakarta mampu menunjukkan keeksistensiannya dalam menjaga budaya-budaya leluhur dengan keaslian bangunannya yang kental dengan nuansa Jawa, dengan adanya Keraton Yogyakarta budaya bangsa yang bersemboyan *Bhinneka Tunggal Ika* ini dapat lestari dan akhirnya tetap dapat dinikmati oleh anak cucu kita.

Alangkah baiknya apabila kokohnya struktur estetis bangunan keraton dan eloknya ornamen-ornamen yang menghiasinya itu dapat dijadikan inspirasi untuk pembuatan cinderamata kaos atau kenang kenangan yang bisa dibawa pulang, sehingga orang lain juga dapat menikmatinya.

Hirukpikuk merupakan cinderamata di tempat wisata, sering disebut juga oblong wisata. Dalam industri pariwisata yang persaingannya sangat ketat, namun sayangnya masih sering kita jumpai cinderamata suatu obyek wisata yang sangat tidak berkelas, sehingga kurang mempresentasikan obyek wisata tersebut.

PT. Aseli Dagadu Djokdja yang lebih dari satu dekade terjun dalam produksi merchandise menggarap lahan ini melalui brand Hirukpikuk sejak Oktober 2003. Produk ini diposisikan sebagai cinderamata eksklusif yang berada di obyek wisata unggulan, dengan disain yang bercerita khusus tentang obyek wisata setempat. Keberadaan cinderamata Hirukpikuk diharapkan mampu meningkatkan citra obyek wisata setempat. Hal ini karena mayoritas cinderamata masih disajikan seadanya dengan kualitas yang rendah sehingga kurang diminati dan memuaskan wisatawan.

Sejauh ini Hirukpikuk telah berkembang dan menjalin kerjasama dengan beberapa obyek wisata unggulan yang di setiap kota memiliki nama sendiri seperti Hirukpikuk Semarang, Hirukpikuk Surabaya, Hirukpikuk Jakarta, Hirukpikuk Bali, dan Hirukpikuk Jogja. Hirukpikuk Jogja merupakan brand yang bercerita tentang keunikan Yogyakarta, baik itu berupa wisata dan budaya.

Cinderamata “Hirukpikuk Jogja” diwujudkan dalam bentuk desain tipografi. *Typograph* atau Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Dikenal pula seni tipografi, yaitu karya atau desain yang menggunakan

pengaturan huruf sebagai elemen utama, dalam seni tipografi, pengertian huruf sebagai lambang bunyi bisa diabaikan.

Era komunikasi seperti sekarang, tipografi sudah merupakan bentuk visual komunikasi yang sangat kuat karena bahasa yang tampak ini menghubungkan pikiran dan informasi melalui penglihatan manusia, tipografi menjadi unsur vital dalam efektifitas komunikasi cetak dan elektronik. Huruf sebagai perangkat alat komunikasi visual, salah satu aktivitas yang sangat penting dalam kehidupan manusia adalah berkomunikasi, baik itu dalam melakukan kegiatan belajar, bekerja maupun bermain.

Secara tidak sadar dalam kehidupan sehari-hari manusia merupakan partisipan dari kegiatan berkomunikasi, baik sebagai si pengirim pesan maupun selaku si penerima pesan. Kelancaran dan keberhasilan sebuah aktivitas komunikasi ditentukan oleh perangkat yang menjembatani antara si pengirim pesan dan si penerima pesan. Selama berabad-abad lamanya telah terbukti bahwa bahasa tulis merupakan representasi fisik dari struktur pemikiran yang ada pada otak manusia yang tidak dapat terlihat secara kasat mata.

Konsep dari “Hirukpikuk Jogja” itu sendiri awalnya ingin mengenalkan Yogyakarta melalui grafis tipografi yang berelemenkan ikon kota Yogyakarta seperti keris, blankon atau bahkan bisa jajanan pasar yang sudah menjadi kekhasan kota Yogyakarta lalu mengemasnya menjadi sebuah cinderamata yang dibawa pulang wisatawan saat berkunjung di Yogyakarta. Namun kini “Hirukpikuk Jogja” sedikit keluar dari konsep awalnya, desain grafis dalam kaos yang dibuat seolah-olah hanya mengikuti perkembangan tren yang ada tanpa memperhatikan makna yang terkandung di dalamnya, sehingga banyak orang yang beropini tentang produk “Hirukpikuk Jogja” yang sekarang dengan produk yang dahulu, hal ini diperkuat dari banyaknya keluhan yang diutarakan oleh beberapa garda depan kepada *Supervisor (SPV) PT. Aseli Dagadu Djokdja*.

Garda depan atau yang sering juga dipanggil dengan sebutan Gardep merupakan bagian dari PT. Aseli Dagadu Djokdja yang bertugas melayani konsumen atau pelanggan dalam gerai Dagadu Djokdja. Lewat garda depan, konsumen mengatakan bahwa saat ini kebanyakan desain-desain kaos yang dihasilkan “HirukPikuk Jogja” kurang muatan Jogjanya, dengan kata lain desain yang dikreasikan dalam bentuk kaos kurang mewakili kekhasan kota Yogyakarta, padahal yang sebagaimana diketahui bahwa “Hirukpikuk Jogja” merupakan divisi yang khusus menangani kaos oblong wisata khas Yogyakarta dalam disain tipografi. “Jika desain yang dibuat hanya mengikuti tren yang sedang marak di pasaran lalu apa bedanya dengan merek yang lain?” begitu ucap salah satu konsumen yang opininya ditampung oleh garda depan, dalam wawancara beberapa desainer PT. Asli Dagadu Djokdja juga mengakui hal tersebut, bahwa saat ini Hirukpikuk Jogja sedikit keluar dari konsep awalnya, dan pada setiap ada evaluasi bulanan hal tersebut selalu dijadikan pokok bahasan yang kini masih belum terselesaikan secara tuntas.

Melihat apa yang telah dikerjakan “Hirukpikuk Jogja” dulu, maka sangat disayangkan jika konsep awal dalam rancang grafis “Hirukpikuk Jogja” yang mengangkat tema wisata dan budaya tentang ikon kota Yogyakarta dalam tipografi harus tergeser oleh modernisasi budaya dari luar yang semakin berkembang sehingga kurang begitu diminati oleh konsumen. Alangkah baiknya jika perkembangan tersebut ada tanpa merubah konsep awal dari “Hirukpikuk Jogja” sehingga memiliki kekhasan tersendiri di benak konsumen.

Berawal dari kepedulian akan kelesatiran budaya yaitu ingin lebih memberikan pesan dan makna yang terkandung dalam visual grafis tipografi serta untuk meremajakan dan mengembalikan entitas “Hirukpikuk Jogja” yaitu melalui karya tipografi yang digabungkan dengan elemen kraton Yogyakarta agar karya yang ditampilkan lebih berkesan dan bermakna dimata konsumen, tipografi yang modern tetapi tidak meninggalkan identitas

jogjanya, yang nantinya akan dituangkan lewat media kaos oblong, tote bag, dan segala sesuatu yang bisa mendukung dalam berwisata.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang grafis Hirukpikuk Jogja sesuai kaidah-kaidah yang ada dengan menggunakan sumber inspirasi elemen keraton Yogyakarta serta nilai-nilai budaya agar mempunyai manfaat dan nilai lebih didalamnya?

C. Tujuan Perancangan

Adapun dua aspek tujuan yang ingin dicapai dalam perancangan grafis Hirukpikuk Jogja ini antara lain:

1. Aspek ideal

- a) Mengembalikan entitas Hirukpikuk Jogja yang sempat hilang karena pengaruh modernisasi gaya desain dari budaya luar.
- b) Membantu melestarikan budaya, dengan adanya perancangan ini setidaknya Hirukpikuk Jogja sudah mengenalkan keraton Yogyakarta kepada khalayak lewat karya yang dijual.
- c) Menambah nilai-nilai keistimewaan kota Yogyakarta lewat cinderamata Hirukpikuk Jogja.

2. Aspek profit

- a) Meningkatkan ekonomi perusahaan dengan adanya perancangan grafis Hirukpikuk Jogja ini, diharapkan dapat mendongkrak penjualan produknya.
- b) Meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta, dengan cinderamata yang memiliki muatan budaya khas Yogyakarta tersebut diharapkan dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Yogyakarta ketika orang lain melihat konsumen memakainya.

D. Batasan Masalah

Perancangan ini hanya terbatas pada komunikasi visual tipografi yang mengadopsi beberapa element yang ada di Keraton Yogyakarta. Dalam merancang grafis penulis menekankan bentuk tipografi bertuliskan Yogya, Jogja, dan Yogyakarta. Karya visual dalam perancangan ini nantinya akan diaplikasikan dalam media T-shirt atau oblong yang hanya dipasarkan pada gerai Dagadu. Karya yang diangkat sebagai karya tugas akhir adalah karya individu dan ide murni dari penulis, dimana karya tersebut akan diaplikasikan menjadi cinderamata yang memiliki nilai jual lebih.

E. Manfaat Perancangan

a. Bagi Wisatawan

Wisatawan mendapatkan manfaat dari berwisata ke Yogyakarta dengan membawa cinderamata yang penuh makna yang bisa dibawa pulang untuk ditunjukkan kepada orang lain bahwa dia pernah berlibur ke Yogyakarta.

b. Bagi Mahasiswa

Dengan adanya perancangan grafis Hirukpikuk Jogja ini diharapkan Mahasiswa lebih memahami bagaimana mengkomunikasikan sebuah *brand* kepada konsumen lewat media komunikasi visual agar produk tersebut mudah diterima masyarakat.

c. Bagi Institusi

Menambah referensi karya desain dan memperkaya pustaka dalam proses pendidikan.

d. Bagi Hirukpikuk Jogja

- 1) Diharapkan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dari perancangan grafis “Hirukpikuk Jogja” ini.
- 2) Diharapkan menjadi salah satu pilihan produk cinderamata kota Yogyakarta setelah *brand* kaos oblong Dagadu Djokdja.

F. Metode Perancangan

Metode pengumpulan data

a. Studi literatur

Mengumpulkan data mengenai keraton Yogyakarta yang melalui buku, karya ilmiah, film dokumenter serta mengamati beberapa jenis tipografi yang pernah dipakai di Yogyakarta, seperti tipografi pada nama jalan-jalan yang ada di Yogyakarta.

b. Data lapangan dan dokumentasi

Dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang diperoleh dari para nara sumber dan observasi langsung lapangan.

a) Mengamati dan mengumpulkan data berupa beberapa *sample* desain kaos yang Hirukpikuk Jogja pernah buat dan beberapa *sample* desain kaos dari kompetitor, menganalisis gaya desain dari setiap produk.

b) Mengambil beberapa gambar atau foto seputar keraton Yogyakarta yang nantinya dapat digunakan untuk perancangan.

c) Wawancara

1) Melakukan wawancara langsung dengan manager Hirukpikuk Jogja untuk mengetahui sejarah dan latar belakang berdirinya *brand* Hirukpikuk Jogja serta mencari tahu tentang keunggulan produknya tersebut.

2) Melakukan wawancara dengan para target audience, tentang pemahaman desain dari produk Hirukpikuk Jogja itu sendiri dan perbandingannya dengan produk lain, sehingga

dapat mengetahui kelemahan dan kelebihan dari setiap produk di mata konsumen.

- 3) Melakukan wawancara langsung dengan para desainer dari PT. Aseli Dagadu Djokdja tentang gaya desain *brand* Hirukpikuk Jogja.

c. Media Massa

Mengumpulkan data dari media massa, antara lain Majalah, Koran, Internet, dan lain lain. Banyak sumber-sumber dari Internet yang mengulas tentang Keraton Yogyakarta yang dapat dimanfaatkan untuk melengkapi data yang akan diolah.

d. *Sample Instrument*

- a) Komputer, kamera, *software* grafis dan perangkat *internet*
- b) Alat gambar: buku gambar, penghapus, pensil
- c) Daftar pustaka

G. Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam perancangan ini adalah SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threatment*). Analisis ini digunakan untuk menguji atau memverifikasi apakah objek ini dapat diterima pasar atau tidak serta mengetahui peluang-peluang yang nantinya dapat berguna untuk perancangan.

Strenght adalah Kekuatan atau keunggulan media yang dibuat

Weakness adalah Kelemahan media yang dibuat

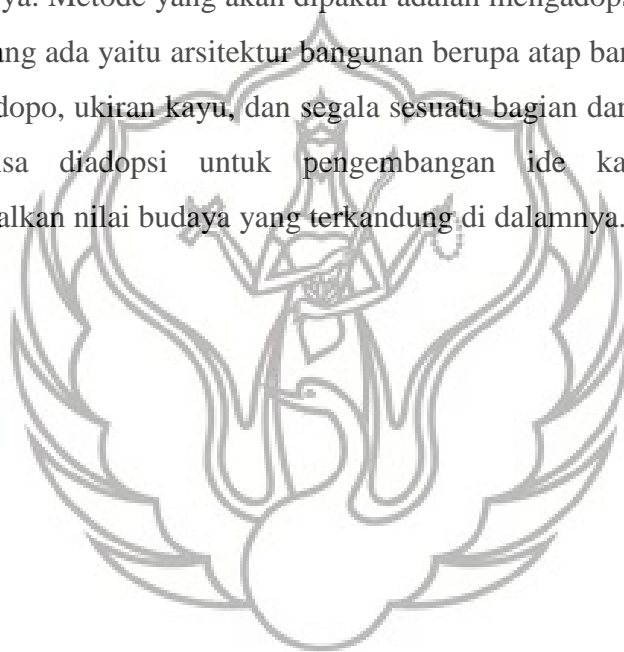
Opportunities adalah Peluang atau kesempatan media yang dibuat

Threatment adalah Ancaman media yang dibuat

H. Konsep Perancangan

Konsep Perancangan “Grafis Hirukpikuk Jogja” ini akan dibuat dengan komunikatif, interaktif, simbolis, eksklusif dan elegan dalam bentuk tipografi desain, sebagai contoh: desain tipografi akan diaplikasikan pada media kreatif seperti kaos, *tote bag*, dan *sticker*. Hal ini bertujuan agar perancangan grafis “Hirukpikuk Jogja” lebih menarik.

Beberapa konsep media promosi ini akan dibuat dengan pendekatan ilustrasi dan fotografi. Ilustrasi dinilai dapat menambah nilai estetis dalam suatu karya. Metode yang akan dipakai adalah mengadopsi unsur atau elemen kraton yang ada yaitu arsitektur bangunan berupa atap bangunan, rumah joglo atau pendopo, ukiran kayu, dan segala sesuatu bagian dari kraton Yogyakarta yang bisa diadopsi untuk pengembangan ide karya dengan tidak meninggalkan nilai budaya yang terkandung di dalamnya.



I. Skema Perancangan

